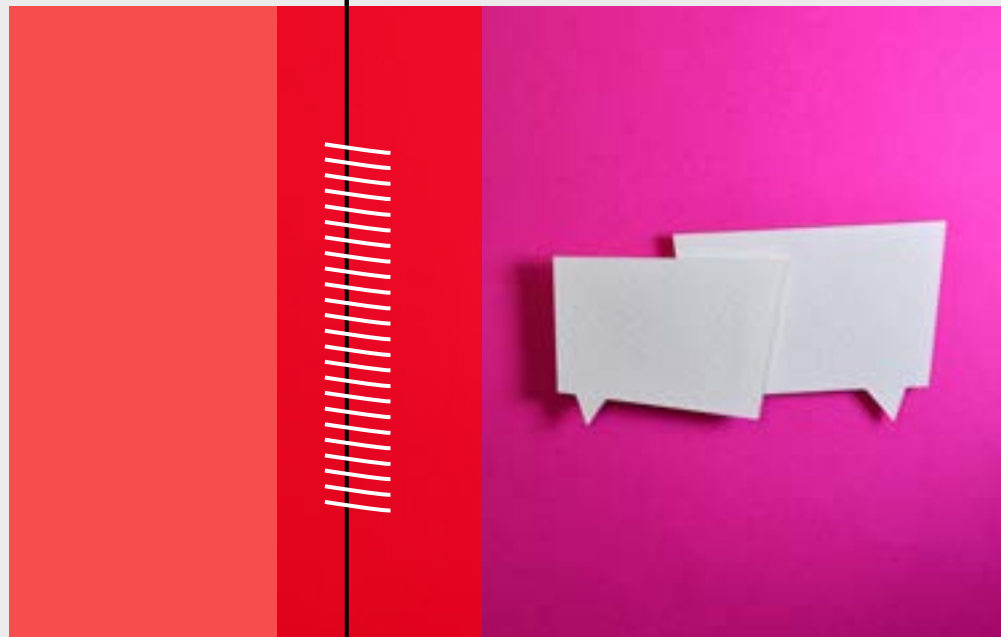


MARKETING PARA E-COMMERCE

Bruno Campos de Oliveira

CONVERSATIONAL COMMERCE

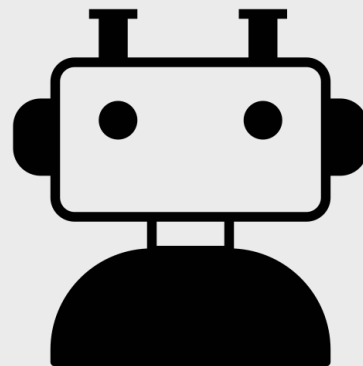
O que é esse tipo de venda
e como ele já é aplicado



O QUE É CONVERSATIONAL COMMERCE?

É toda venda que é feita através de conversação.

Podemos considerar vendas através de aplicativos como WhatsApp e WeChat como sendo Conversational Commerce.



MERCADO MENSAGERIA



85% das pessoas **enviaram mensagens para negócios com frequência** nos últimos 3 meses no Brasil²



MERCADO MENSAGERIA



As pessoas **se sentem mais confiantes ao enviar uma mensagem a um negócio** do que com canais tradicionais¹

+58%

se sentem mais
confiantes enviando
uma mensagem do
que ligando

+58%

se sentem mais confiantes
enviando uma mensagem
do que preenchendo
um formulário

+55%

se sentem mais
confiantes enviando
uma mensagem do
que um e-mail



MERCADO MENSAGERIA



Principais aplicativos utilizados para se comunicar com marcas⁴:

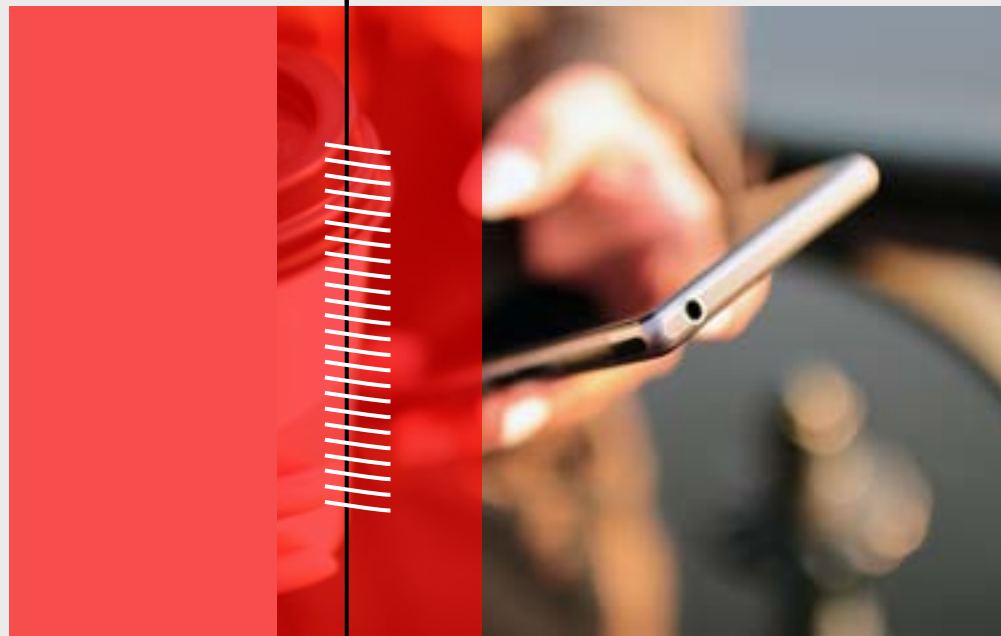
			
Perguntar sobre um produto ou serviço	76%	66%	56%
Receber apoio técnico	61%	46%	49%
Comprar produtos	50%	39%	40%
Cancelar um serviço	46%	32%	37%
Não acha apropriado falar com uma marca por mensagem/app	9%	14%	14%



APLICAÇÕES

CONVERSATIONAL COMMERCE

Potencial do modelo
e aplicações



EVOLUÇÃO DO E-COMMERCE

CD do Sting é a primeira transação online segura da história, iniciando o e-commerce como conhecemos.

Popularização das redes sociais faz com que elas virem plataforma de engajamento e vendas.

92% da população digital é mobile com 4.2 bilhões de usuários em dispositivos móveis.

Bots facilitam o e-commerce por conversação, fator potencializado com o pagamento via chat.

E-COMMERCE

**SOCIAL
COMMERCE**

**MOBILE
COMMERCE**

**CONVERSATIONAL
COMMERCE**

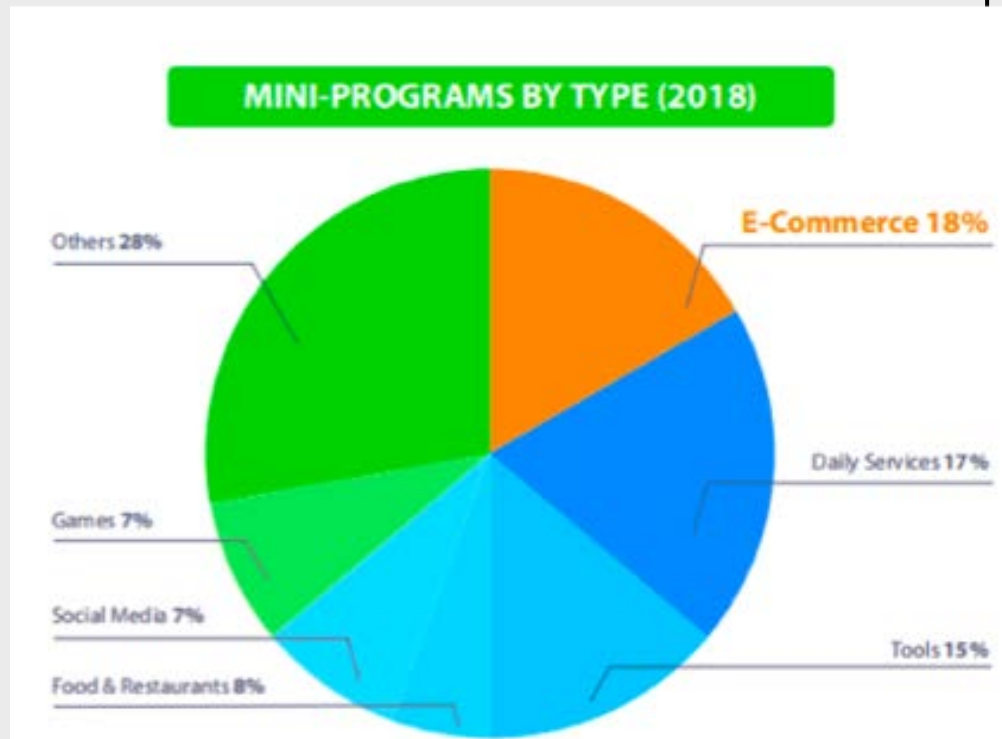
POTECIAL DO MODELO

O WeChat possui mini-programs, apps nativos que rodam dentro dele.

414.000 desses apps são lojas.

Elas movimentam quase 8 bilhões de dólares.

A ação mais tomada nos mini-programs de e-commerce é a de compartilhar, criando um efeito viral.



CASES

CONVERSATIONAL COMMERCE



Lin Qingxuan

Durante o pico do Covid-19 na China, a rede de beleza teve que fechar 40% de suas lojas. Por conta disso transformaram a força de vendas em influenciadores no WeChat.

**+200% em vendas YoY
na loja de Wuhan**



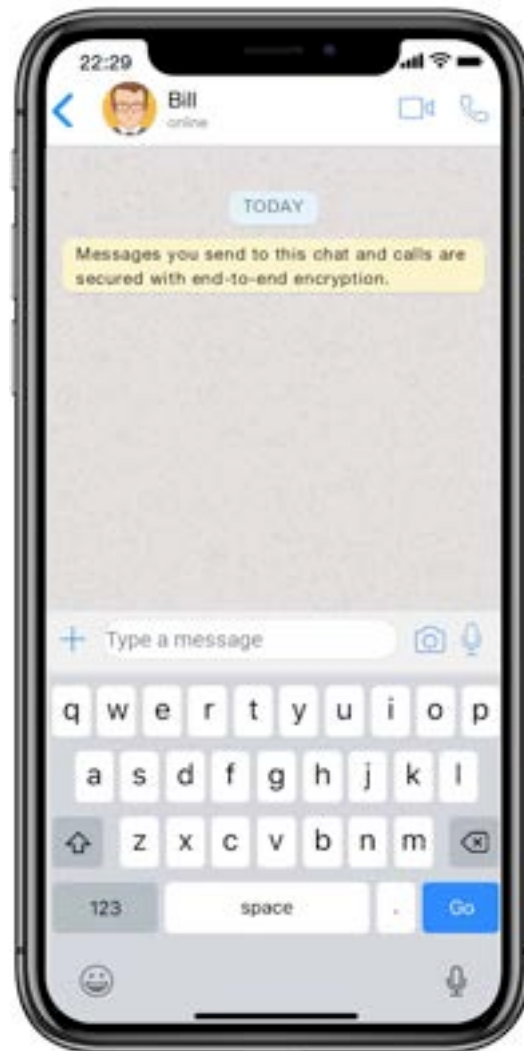
Casas Bahia

Com as lojas fechadas, a rede criou uma conta de anúncios para cada uma das 848 unidades e, via Facebook, convidava as pessoas para falar no WhatsApp.

**Modelo chegou a representar
20% do share de vendas**

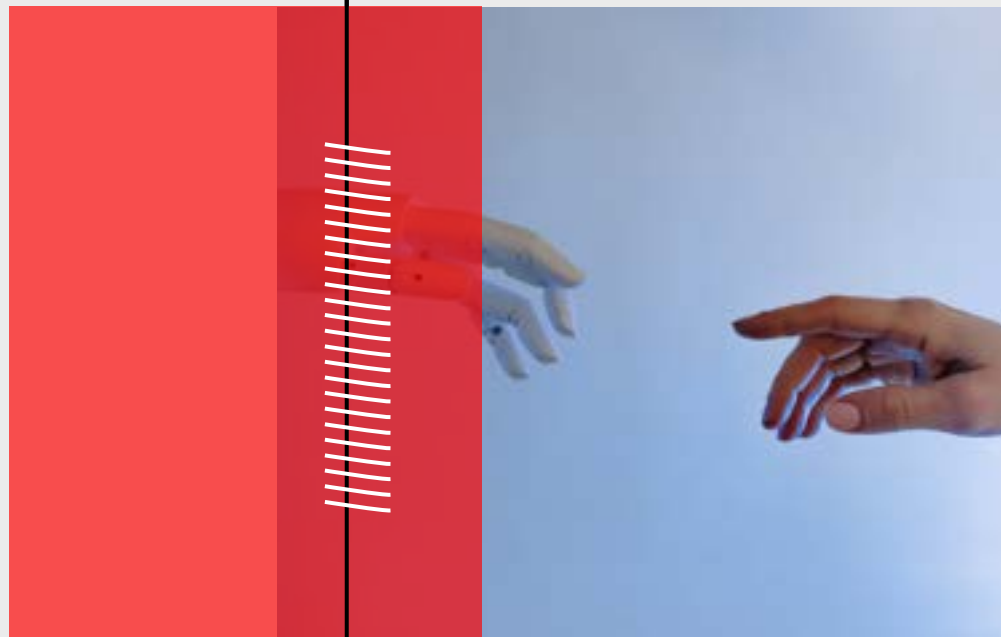
EXEMPLO

BOT BIL



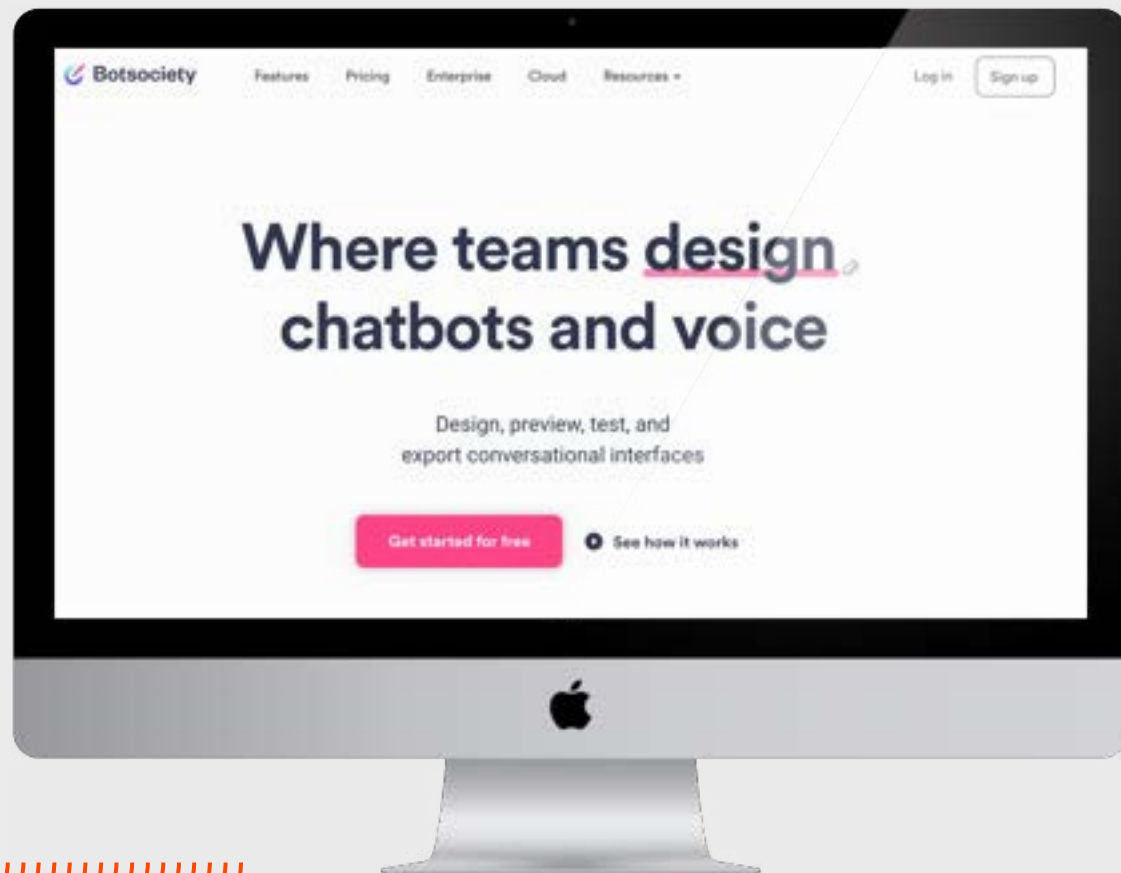
COMO CRIAR UM CHATBOT

Conversational Commerce
na prática



FERRAMENTA BOTSOCIETY

Plataforma online de criação de bots com fácil UX e recursos gratuitos.



SAIBA MAIS: [Botsociety](https://botsociety.com)

TAREFA

MÓDULO 26

Criar um chatbot na [Botsociety](#) de WhatsApp ou Instagram para pedir um Big Mac no Mc Donald's perguntando se:

- Ele prefere combo ou só o lanche;
- Se ele quer batata frita grande por mais R\$ 2;
- Se o pedido é para viagem ou para comer agora.

Modo de entrega: upload de vídeo do bot + print da lógica por trás (tela de edição) + link da botsociety (*opcional*).

